



EXTÉRIEUR

Tout pour des balcons et terrasses tendances

Le jacuzzi et le bambou n'ont plus la cote. Ils ont cédé la place à une table basse, des canapés, quelques plantes photogéniques. Une attention particulière est portée à la consommation d'eau.

Estelle Dautry

UNE PIÈCE à part entière. Selon une étude BigMat-OpinionWay, 84 % des Français considèrent les balcons, les terrasses et les jardins comme des extensions de leur logement. Ils y consacrent 540 € par an en entretien, et jusqu'à 2 120 € pour les projets les plus ambitieux. Et si nos choix de décoration intérieure dépendent des tendances du moment, c'est aussi le cas pour l'extérieur.

Pour la table et les chaises, le modèle bistrot reste un incontournable. « Nous vendons de plus en plus de petits canapés avec une table basse. Cependant, le produit phare, c'est la table bistrot, et celles de Fermob et les imitations de la marque se vendent très très bien. C'est pratique, ça se plie, c'est très coloré », détaille Stéphane Artaud, responsable du magasin Truffaut aux Batignolles, à Paris (XVII^e).

Le jacuzzi ? Complètement passé de mode, nous répond-on chez Truffaut. « Nous en vendions il y a dix ans, et ça a totalement disparu. Ce n'était pas forcément très cher, mais l'économie d'eau est devenue un sujet important », assure le responsable de magasin. Pour la même raison, le goutte-à-goutte est en plein essor.

« Ce que nous vendons de plus en plus, ce sont des kits pour arroser trois, quatre ou cinq pots, et qui coûtent 30 ou 40 € », précise-t-il.

« Pérenne, pratique, esthétique », c'est par ces mots que César Saint-Ouen, fondateur de l'entreprise Terrasse et jardin de Paris, résume les tendances. « Les coussins qui restent toute l'année dehors, c'est la demande numéro 1. Certaines marques, comme Kettal, réalisent des coussins avec une sorte de cire à l'intérieur du tissu qui les imperméabilise. Ils ont aussi une bande d'aération qui permet d'enlever l'humidité, ils sont déhoussables. On nous demande aussi des brumisateurs, des machines à CO₂ qui éloignent les moustiques pour les jardins... », liste-t-il.

L'influence des réseaux sociaux

Autre produit qui facilite la vie, selon le spécialiste : le tapis-brosse incrusté entre la terrasse et l'appartement, avec un bac pour recueillir la terre. « Il suffit de passer le pied dessus. On rentre on sort, pas besoin d'enlever les chaussures. C'est très demandé par nos clients », assure César Saint-Ouen. Le bouleverse-

ment à venir, selon lui ? La technologie. « S'il y a déjà des goutte-à-goutte contrôlables à distance, certains mesurent désormais le taux d'humidité de la terre et distribuent l'eau en fonction des besoins réels », appuie-t-il.

Si les meubles ont évolué, les plantes ne sont pas en reste. Fini par exemple les feuillages caducs. « Cela ne se vend plus en magasin urbain. Ce sont des plantes qui demandent beaucoup d'arrosage. Si on met en avant en rayon un magnifique lilas fleuri, quel qu'un l'achètera, mais ce n'est plus à la mode. C'est à la fois un choix venant des clients et de nos professionnels. Un autre symbole qui a presque disparu, c'est le bambou. Il y a cinq, dix ans, on en vendait des quantités astronomiques. Cela s'est arrêté parce que le bambou est très gourmand en eau », poursuit Christophe Chesnoy, chef de rayon pépinière chez Truffaut.

Certains phénomènes de mode surprennent parfois les professionnels. « Dans le monde du jardin, nous découvrons l'influence des réseaux sociaux. Ce sont surtout les plus jeunes qui, lorsqu'un influenceur non spécialisé dans le jardin tombe amou-

reux d'une plante et le partage, veulent acheter la même. On l'a vu dernièrement avec le ficus lyrata, qui était *has been*, le pilea ou le monstera panaché ! Ce sont des plantes instagrammables », s'amuse Stéphane Artaud.

Avoir un balcon qui fait rêver sur Instagram ? Si le phénomène existe, les clients sont devenus plus raisonnables et demandent un peu moins de jardins venus d'ailleurs. C'est en tout cas ce que constate le paysagiste parisien Swandy Wenker. « Bien que l'on aime toujours

s'évader avec des plantes qui viennent d'ailleurs, je sens un retour à une végétation plus cohérente avec le climat et la ville », explique-t-il.

Estomper le vis-à-vis reste un incontournable

Une prise de conscience qui va de pair, selon lui, avec les évolutions de la gestion des espaces verts en milieu urbain. « Avant, il y avait une tolérance zéro pour les mauvaises herbes aux pieds des arbres, aujourd'hui c'est entré dans les mentalités, tout comme les massifs champêtres dans les parcs, les espa-

ces plus sauvages dans les cimetières... Cela a infusé au sein de la population », décrit le professionnel.

Lorsque l'on évoque l'aménagement d'une terrasse ou d'un balcon, un incontournable demeure : estomper le vis-à-vis. « Cela reste la demande première des clients », détaille Swandy Wenker. Pour ça, les plantes, seront toujours à la mode.



Je sens un retour à une végétation plus cohérente avec le climat et la ville

Swandy Wenker, paysagiste à Paris

Image non disponible.
Restriction de l'éditeur

ISTOCK

Les Français qui ont la chance d'avoir un balcon ou une terrasse consacrent en moyenne 540 € par an pour son entretien, selon une étude BigMat-OpinionWay.